

## **Bachelor- und Master-Thesis Themen**

Am Center for Advanced E-Business Studies stehen für das Wintersemester 2017/2018 folgende Abschlussarbeitsthemen für die Bearbeitung zur Verfügung.

**I. Betreuung: Prof. Dr. Werner Quint / Dipl.-Kfm. Bastian Eine**  
(Kontakt: Bastian.Eine@hs-rm.de)

### **Thema I.1**

#### **Ländervergleiche im Onlineshopping**

- Analyse internationaler Studien, die im Kontext E-Commerce zwei oder mehr Länder vergleichen
- Erstellung eines Überblicks über die Anwendung wissenschaftlicher Methoden für Ländervergleiche im E-Commerce

### **Thema I.2**

#### **Kulturelle Dimensionen in empirischen Analysen**

- Erstellung eines Überblicks über die Anwendung von kulturellen Faktoren in empirischen Analysen
- Kritische Analyse der Messbarkeit von kulturellen Faktoren

### **Thema I.3**

#### **Einflussfaktoren auf die Nutzung von ausländischen Onlineshops durch Endkunden**

- Analyse von Studien zur Nutzung von ausländischen Onlineshops durch Endkunden
- Darstellung von Faktoren, die einen Einfluss auf die Nutzung von ausländischen Onlineshops durch Endkunden haben

### **Thema I.4**

#### **Einflussfaktoren auf die Nutzung von C2C-E-Commerce**

- Analyse von Studien zur Nutzung von C2C-E-Commerce
- Darstellung von Faktoren, die einen Einfluss auf die Nutzung von C2C-E-Commerce haben

## **Thema I.5**

### **Erfolgsmessung und Geschäftsmodelle von Influencern in Social Media**

- Erstellung eines Überblicks von Geschäftsmodelle von Influencern in Social Media
- Kritische Analyse der Messbarkeit des Erfolgs von Influencern in Social Media.

## **Thema I.6**

### **Skalierbarkeit von Datenintegration und Prozessintegration**

- Erstellung eines Überblicks über existierende Ansätze zur Skalierbarkeit von Datenintegration und Prozessintegration
- Kritische Analyse der Anwendbarkeit von Ansätzen

**II. Betreuung: Prof. Dr. Stephan Böhm**  
**Judith Eißer, M. Sc. / Maria Lusky, M. Sc.**  
(Kontakt: stephan.boehm@hs-rm.de)

**Thema II.1:**

**Besonderheiten, Werkzeuge und Anwendungsmöglichkeiten im Chatbot-Prototyping**

Mögliche Schwerpunkte:

- Technische und konzeptionelle Anforderungen an das Chatbot-Prototyping
- Vergleich geeigneter Werkzeuge für das Prototyping im Bezug auf Chatbots
- Trends und aktuelle Anwendungsmöglichkeiten für das Chatbot-Prototyping

**Thema II.2:**

**Anwendungspotenziale KI-basierter Chatbots im Tourismus**

Mögliche Schwerpunkte:

- Funktionsweise von KI-basierten Chatbots und Abgrenzung zu regelbasierten Chatbots
- Status Quo und Grenzen KI-basierter Chatbots
- Branchenanalyse des Tourismusmarkts im Bezug auf KI-basierte Chatbot-Anwendungen

**Thema II.3:**

**App-basiertes Tourismusmarketing in Asien**

Mögliche Schwerpunkte:

- Branchenanalyse des asiatischen Tourismusmarketings
- Status Quo des kundenseitigen Nutzungsverhaltens App-basierter Tourismusanwendungen in Asien und Einordnung in das Tourismusmarketing allgemein
- Status Quo der Anwendungsfelder App-basierter Marketinganwendungen bei asiatischen Tourismusunternehmen

## **Thema II.4**

### **Innovation Labs in Deutschland: Verbreitung, Merkmale und Evaluation**

Mögliche Schwerpunkte:

- Überblick über verschiedene Arten von Innovation Labs und ihre Verbreitung in Deutschland
- Merkmale und Vergleich existierender Innovation Labs
- Evaluation hinsichtlich Kosten und Nutzen, Einfluss auf Produkte und die Unternehmensentwicklung

## **Thema II.5**

### **Einfluss von User Experience auf die App-Entwicklung in Großunternehmen**

Mögliche Schwerpunkte:

- Implementierungsansätze von User Centered Design-Prozessen in Großunternehmen
- Analyse von User Experience-Maßnahmen, deren Aufwände und Nutzen
- Auswirkungen der Maßnahmen auf App-Entwicklungsprojekte und unternehmensinterne Prozesse

## **Thema II.6**

### **User Experience-Strategien in Großunternehmen: Indikatoren, Ansätze und Einfluss**

Mögliche Schwerpunkte:

- Untersuchung von internen und externen Indikatoren für User Experience-Strategien in Großunternehmen
- Auswirkung der User Experience-Strategien auf Produkte und Unternehmensentwicklung
- Vergleich mehrerer Unternehmen derselben Branche (z.B. Technologiekonzerne)

## **Thema II.7**

### **Mobile App Prototyping in Großunternehmen: Prozesse, Werkzeuge und Herausforderungen**

Mögliche Schwerpunkte:

- Status Quo und Prozesse zur Entwicklung von mobilen Apps in deutschen Großunternehmen
- Verwendete Werkzeuge und Rollen in Mobile App-Entwicklungsprojekten
- Herausforderungen und Lösungsansätze bei der Entwicklung von mobilen Apps in Großunternehmen

## **Thema II.8**

### **Mobile App Prototyping Beyond Screen Design**

Mögliche Schwerpunkte:

- Marktanalyse existierender Lösungen
- Integration von simulierten Backend-Systemen und -Prozessen
- Konzeptionierung eines entsprechenden Systems

## **Thema II.9**

### **Smart Cows: Einsatzpotenziale funkbasierter Technologien bei der Freilandhaltung von Nutztieren**

Mögliche Schwerpunkte:

- Welche grundlegenden Einsatzmöglichkeiten gibt es für funkbasierte Technologien in der Nutztierhaltung
- Welche besonderen Anforderungen ergeben sich speziell bei der Freilandhaltung (z.B. Alm)
- Durch welche verschiedenen Technologien werden die verschiedenen Use Cases unterstützt

## **Thema II.10**

### **Mobile User Interfaces für Smart Home: Potenziale, Nutzeranforderungen und Implementierungsstand bei herstellerübergreifenden Systemen**

Mögliche Schwerpunkte:

- Analyse der Potenziale des Einsatzes von mobilen Endgeräten als Nutzerinterface von Smart Home Systemen.
- Vergleich des Leistungsumfangs, der Implementierungsanforderungen und auch der Probleme existierender herstellerübergreifender Ansätze (z.B. OpenHAB).
- Implementierung eines eigenen kleinen Testsystems und ggf. Durchführung von Tests mit Nutzern zur Identifikation von Problembereichen bei der Installation und Konfiguration entsprechender Systeme.

## **Thema II.11**

### **Nutzerakzeptanzforschung und Anwendung im Bereich Mobile Media: Entwicklung, Status Quo und aktuelle Perspektiven.**

Mögliche Schwerpunkte:

- Darstellung der Entwicklung der Technologieakzeptanzforschung (Technology Acceptance Model (TAM), Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) etc.).
- Analyse der Anwendung der verschiedenen Modelle in der wissenschaftlichen Forschung mit dem Schwerpunkt Mobile Media.
- Identifikation und Beschreibung aktueller Trends und Weiterentwicklung der Technologieakzeptanzforschung allgemein und in Bezug auf Mobile Media.

## **Thema II.12**

### **Beyond Numbers: Qualitative Forschungsansätze im Bereich Mobile Media Research**

Mögliche Schwerpunkte:

- Welche aktuellen qualitativen Forschungsansätze existieren (z.B. Grounded Theory)?
- Welche besonderen Anwendungsbereiche existieren für qualitative Forschung im Bereich Mobile Media?
- Wie können Tools (z.B. NVIVO, MAXQD) geeignet im Mobile Media Research eingesetzt werden?

### **Thema II.13**

#### **Marktsimulation mit Conjoint-Analyse-Daten: Anwendung und Potenziale im App Marketing**

Mögliche Schwerpunkte:

- Wie lassen sich Conjoint-Daten für Marktsimulationen allgemein nutzen?
- Welche Anwendungsszenarien ergeben sich für das App-Marketing?
- Wie kann mit diesem Ansatz das App-Marketing optimiert werden?

### **Thema II.14**

#### **App-Marketing: Status, Perspektiven und Anforderungen an die Media Planung in Digitalagenturen**

Mögliche Schwerpunkte:

- Welche Möglichkeiten zur Vermarktung mobiler Applikationen gibt es?
- Welche Erkenntnisse existieren zur Wirksamkeit der verschiedenen Ansätze?
- Welche Anforderungen ergeben sich an Kampagnen-Planung und -Controlling?

**III. Betreuung: Prof. Dr. Peter Winzer / Erik Massarczyk, M. Sc.**  
(Kontakt: Erik.Massarczyk@hs-rm.de)

**Thema III.1:**

**Implikationen von Fusionen in internationalen Telekommunikationsmärkten für Markt und Wettbewerb**

Mögliche Schwerpunkte:

- Wettbewerbsanalyse ausgewählter Telekommunikationsmärkte (Deutschland sowie 2 bis 4 weitere Märkte) vor und nach der Fusion
- Analyse der regulatorischen/kartellpolitischen Entscheidung und Bewertung dieser vor dem Hintergrund der Entwicklung des Wettbewerbs seit der Fusion
- Herausarbeitung und Bewertung von signifikanten Unterschieden der Fusionskontrolle in den analysierten Märkten

**Thema III.2:**

**Analyse und ökonomische Bewertung der regulatorischen Rahmenbedingungen (inkl. und der Regulierungshistorie) im ausgewählten europäischen Telekommunikationsmärkten**

Mögliche Schwerpunkte:

- Darstellung/Analyse der regulatorischen „Festnetz-Entscheidungen“ seit der Liberalisierung in ausgewählten (zwei bis drei) europäischen Festnetzmärkten (mit Fokus auf die Regulierungshistorie in großen europäischen Flächenländern)
- Darstellung/Analyse der regulatorischen „Mobilfunk-Entscheidungen“ seit der Einführung der digitalen Mobilfunknetze (mit Fokus auf die Regulierungshistorie und hierbei v.a. die „Frequenzentscheidungen“ in den großen europäischen Flächenländern)
- Ökonomische Bewertung der Implikationen von Lizenzierungsbedingungen und Terminierungsentgelten

**Thema III.3:**

**Langfristige ökonomische Auswirkungen der Vergabe von Mobilfunkfrequenzen in den Jahren 2000 und 2010 auf den deutschen Mobilfunkmarkt**

Mögliche Schwerpunkte:

- Analyse der Mobilfunkmärkte vor und nach den Lizenzvergaben
- Entwicklung des deutschen Mobilfunkmarktes im europäischen und internationalen Kontext



- Ökonomische Bewertung der eingesetzten Mittel für (a) Lizenzen/Frequenzbänder und deren Nutzung sowie (b) den Ausbau der Mobilfunknetze in den folgenden Jahren
- Vergleichende Ökonomische Analyse der Entwicklung des mobilen Internets und der Mobilfunkpenetration zwischen dem deutschen Markt und (zwei bis drei) weiteren ausgewählten europäischen Märkten

#### **Thema III.4:**

##### **Geschäftspläne zur Beurteilung von Netzausbaustrategien in Telekommunikationsnetzen am Beispiel Glasfaserausbau in Deutschland**

Mögliche Schwerpunkte:

- Grundlagen von Geschäftsplänen für Telekommunikationsnetze
- Analyse der verschiedenen Ausbauoptionen (FTTC/FTTB/FTTH)
- Datenrecherche und Erstellung eines Business Cases
- Sensitivitätsanalysen
- Prognose hinsichtlich eines Glasfaserausbaus in Deutschland
- Analyse wichtiger Entscheidungsparameter

#### **Thema III.5:**

##### **Ökonomische Bewertung und Gegenüberstellung von Regulierungsindizes in Telekommunikationsmärkten**

Mögliche Schwerpunkte:

- Analyse Systematik von Regulierungsindizes
- Analyse der bestehenden Regulierungsindizes mit vergleichender Bewertung
- Entwicklung von Verbesserungsmöglichkeiten und neuen Betrachtungsmöglichkeiten

#### **Thema III.6:**

##### **Ökonomische Bewertung der Einflussfaktoren auf die Entwicklung der Breitbandpenetration und -endkundenpreise**

Mögliche Schwerpunkte:

- Einführende Analyse von zwei bis vier Telekommunikationsbreitbandmärkten
- Identifikation und Analyse von Einflussfaktoren auf Entwicklung der Breitbandmärkte
- Erarbeitung von ökonomische Bewertungsmethoden zur Quantifizierung des Einflusses der einzelnen Einflussfaktoren